

# I - HAUPTERGEBNISSE DER UNTERSUCHTEN PRODUKTMERKMALE

Die 122 untersuchten Produkte umfassen 12 frische pflanzliche Erzeugnisse, 23 frische tierische Erzeugnisse und 87 verarbeitete Erzeugnisse (darunter 34 Käsearten).

## A – GEOGRAPHISCHE VERBINDUNG (MIT BERGGEBIETEN)

Die Analyse der 122 untersuchten Lebensmittelerzeugnisse ergibt eine starke Verbindung zwischen den Erzeugnissen und dem Berggebiet. Das Berggebiet wirkt sich sowohl auf die Erzeugnisse selbst als auch auf die Produktionsmethoden aus, und diese Interaktionen sind zurück zu führen auf sehr ähnliche Merkmale in den verschiedenen Berggebieten Europas.

Die Studie hat ergeben, dass die natürlichen Bedingungen in Berggebieten eine Auswirkung auf 97 der 122 Erzeugnisse haben. Die genannten Auswirkungen waren insbesondere:

✓ bei tierischen Erzeugnissen: besonderer Geschmack, Aroma, starker Muskelaufbau, bessere Verteilung des Fetts, festes Gewebe, Freiheit von Schädlingen, verringertes Krankheitsrisiko usw.

✓ bei pflanzlichen Erzeugnissen: keine Viren, ansprechende Farbe, guter Geschmack, ein verhältnismäßig besseres Gewebe und eine bessere Konsistenz, keine Verschmutzung bei organischen Erzeugnissen usw.

Im allgemeinen sind diese Qualitätsmerkmale auf die folgenden genannten Bedingungen zurück zu führen: Frische Luft, qualitativ hochwertige Weideflächen, die frei sind von chemischen Düngemitteln, industriefreie Gebiete/Regionen, Höhenlage, Vielfalt und Reichtum der Flora, sauberes Wasser mit hohem Sauerstoffgehalt, Mikroklima, Bodenbeschaffung usw.

Im Bereich Feinkost und Backwaren (sechs untersuchte Erzeugnisse) haben die natürlichen Bedingungen jedoch keine Auswirkung auf die Erzeugnisse.

Außerdem wurde in einigen Fällen beobachtet, dass die natürlichen Bedingungen der Bergwelt sich auch aus minderwertigen Weiden und dem Mangel an natürlichen Schutzmöglichkeiten ergeben können, die zu einem langsamen Wachstum der Tiere führen können.

Insgesamt haben die natürlichen Bedingungen der Bergwelt jedoch nur eine geringe direkte Auswirkung auf den Prozess.

## B – TRADITIONELLE/TYPISCHE EIGENSCHAFTEN DER ERZEUGNISSE

### 1/ Tier- und Pflanzarten

Die meisten Tier- und Pflanzenarten sind traditionell oder typisch für ihre jeweiligen Gebiete.

• Dieser Aspekt ist besonders relevant bei pflanzlichen Erzeugnissen. In der Tat gibt es zwischen den unterschiedlichen Regionen bei diesen Erzeugnissen beträchtliche Abweichungen. Pflanzensorten werden entweder angebaut oder sind wild wachsend.

• Bei den Tierarten werden verschiedene Situationen deutlich: In einigen Fällen sind Tiere wilde endemische (d.h. ausschließlich dort vorkommende) Arten, in anderen sind sie lokal und typisch. Wiederum andere sind zwar nicht ursprünglich typisch, sondern werden lokal gezüchtet und haben sich an die Bergwelt angepasst. Und schließlich enthalten einige Herden eine Mischung aus endemischen und anderen Arten.

- Während feine Back- und Süßwaren nicht typisch sind, sind einige der bei ihrer Herstellung verwendeten Zutaten lokal und typisch, was eine Auswirkung auf die spezifischen Lebensmittelqualitäten hat.

## **2/ Produktion, Verarbeitungstraditionen und Know-how**

Bei der Lebensmittelproduktion und -verarbeitung in Berggebieten gibt es eine große Vielfalt an Traditionen und Know-how.

Bei den Produktionsmethoden wird ein gewisses Maß an Homogenität deutlich, insbesondere im Bereich der Viehzucht. Zu den Merkmalen der spezifischen traditionellen Berglandwirtschaft gehören z.B. die extensive Haltung von Vieh, freier Auslauf auf verhältnismäßig großen Weideflächen, die Bevorzugung von natürlicher Tiernahrung, althergebrachtes traditionelles Know-how (Weidesysteme, Wandertierhaltung usw.).

Im Zusammenhang mit den Arten und Methoden der meisten Verarbeitungssysteme, die häufig als traditionell oder sogar typisch für einzelne Gebiete angesehen werden, gibt es wiederum sehr große Unterschiede.

Traditionelle Tier- und Pflanzenarten, spezifische Praktiken bei der Produktion und Verarbeitung in Berggebieten haben eine Auswirkung auf die endgültigen Merkmale des Produkts.

## **C – BESTIMMUNG UND MARKENKENNZEICHNUNG DER UNTERSUCHTEN ERZEUGNISSE**

### **1/ Verwendung des Begriffs „Berg/Gebirge“ und sein Image beim Verbraucher**

Es gibt zahlreiche unterschiedliche Behauptungen im Zusammenhang mit Erzeugnissen, doch nur wenige von ihnen kommunizieren tatsächlich den „Gebirgsaspekt“ dieser Erzeugnisse. Der Ausdruck „Berg“ erscheint nur auf einigen Etiketten bei Käse. Andererseits wird die Einstufung des spezifischen Gebiets als „gebirgig“ häufiger verwendet als der Ausdruck „Gebirge“ und sein allgemeines Image selbst.

Bei einer Reihe von Erzeugnissen gibt es sehr stark variierende positive Werbebehauptungen auf Etiketten. „Landwirtschaftliches Erzeugnis“, „traditionelles landwirtschaftliches Erzeugnis“, „nicht pasteurisierte Milch“, „traditionelles Produkt“, „natürlich“, „organisches „Erzeugnis“ „extra“, „typisch“, „ohne Konservierungsmittel“, „ohne künstliche Geschmacksstoffe“, „ohne Farbstoffe“, geographische Herkunft, Ernährungsinformation oder sogar völlig fehlende spezifische Hinweise.

Die Erwähnung der geographischen Herkunft (und gegebenenfalls der Herkunft aus dem Gebirge) bei Erzeugnissen wirkt sich fast automatisch sehr deutlich auf die positive Wahrnehmung durch die Verbraucher aus. Dies gilt sogar für Erzeugnisse, deren Rohstoffe nicht vollständig aus Berggebieten stammen.

### **2/ Arten von Qualitätsbezeichnungen**

#### • Typologie der Qualitätsbezeichnungen

Bei den Arten der Bestimmung in Europa gibt es eine große Vielfalt. Solch eine große Vielfalt, die eindeutig zwischen staatlichen Regelungen und Marken unterscheidet, die aufgrund ihres privaten Charakters die Anerkennung und Unterstützung von Behörden genießen, hat sich bisweilen als Herausforderung erwiesen.

Darüber hinaus sollte betont werden, dass die 122 Bergerzeugnisse zunächst auf der Grundlage der folgenden Kriterien ausgewählt wurden:

- 1/ Es wurden alle Erzeugnisse aus den einzelnen untersuchten Gebieten, die den Schutz einer offiziellen Qualitätsbestimmungs-Regelung genießen, geprüft;
- 2/ einbezogen wurde eine möglichst repräsentative Auswahl von Erzeugnissen, die unter private Spezifikationen fallen, die im Rahmen kollektiver Initiativen entwickelt wurden;
- 3/ und schließlich wurden relevante Beispiele von unter privaten Markennamen verkauften Erzeugnissen einbezogen.

Zu den verschiedenen Arten von Bestimmungsregelungen gehören 9 offizielle Bezeichnungen (vier von ihnen sind gemeinschaftsweite Regelungen) und 48 einzelne oder kollektive private Marken.

#### • Verteilung der Qualitätsbezeichnungen

Aus der quantitativen Analyse der 122 Erzeugnisse hat sich die folgende Aufteilung der Bezeichnungen ergeben:

1/ *Offizielle Bezeichnungen*: 39 Erzeugnisse (einschließlich der 6 Getränke) sind durch 9 verschiedene offizielle Bezeichnungen geschützt:

- ✓ auf EU-Ebene: 14 g. U., 4 g. g. A., 2 g. t. S. und 4 ö. L. (ökologischer Landbau) Erzeugnisse (ökologisch angebaute Erzeugnisse aus der Provinz Trient wurden jedoch allein aufgrund ihrer großen Anzahl aus dieser Analyse ausgeschlossen);
- ✓ Auf nationaler Ebene: 15 Bezeichnungen („traditionelle Erzeugnisse“ in Italien besonders zahlreich vertreten);
- ✓ Für einunddreißig Erzeugnisse wird derzeit der Schutz unter nationalen oder gemeinschaftlichen Bezeichnungen beantragt.

2/ *Private Marken*: 48 private Marken für insgesamt 60 Erzeugnisse; viele Marken (ungefähr 29) sind erzeugnispezifisch; die übrigen (19) sind „Sammelmarken“, zu denen eine Vielzahl von Erzeugnissen gehört.

⇒ Bei 21 (hauptsächlich rumänischen und polnischen) Lebensmittelerzeugnissen fehlt eine Identifizierung ganz. Dort sind unverpackte Erzeugnisse sowie Erzeugnisse, die für spezifische lokale Märkte bestimmt, typisch.

Deshalb können wir bei allen Erzeugnissen mit Ausnahmen der Getränke Folgendes feststellen:

- ✓ Es gibt vorwiegend Individual- oder Kollektivmarken;
- ✓ Während es nur wenige offizielle Gemeinschaftsbezeichnungen gibt, sind die g. U. vergleichsweise stärker vertreten. Zwischen den einzelnen Betrachtungsgebieten und Erzeugnissen gibt es jedoch wesentliche Abweichungen. Beispielsweise gibt es bei Käseerzeugnissen eine relativ weit verbreitete Verwendung von offiziellen EU-Bezeichnungen, während die privaten Marken verhältnismäßig stärker bei Fleischerzeugnissen vertreten sind. Diese zwei Arten der Bestimmung sind gleichmäßig auf pflanzliche Erzeugnisse und Getränke.

## D – GEOGRAFISCHE HERKUNFT VON ROHSTOFFEN UND ERZEUGNISSEN

### 1/ Ort der Produktion des Rohstoffs

#### • Tierische Erzeugnisse

Ungefähr 3/4 aller geprüften Rohstoffe tierischen Ursprungs werden vollständig in Berggebieten erzeugt, und bei Vieh, das „teilweise in Berggebieten“ gezüchtet wird, kommen nahezu alle

Rohstoffe aus Berggebieten. In die zweite Kategorie gehören Erzeugnisse von Tieren, die zu Herden gehören, mit denen entweder Wandertierhaltung betrieben wird, oder die auf Weideflächen gehalten werden, die nicht nur in Berggebieten liegen. Mehr als 90% der Tiere verbringen jedoch ihr gesamtes Leben in Berggebieten. Die Rohstoffe von lediglich drei Fleischerzeugnissen stammen nicht ausschließlich aus Berggebieten.

Während sich zwar alle Forellenzuchtbetriebe in Berggebieten befinden, liegen Zuchtbetriebe von anderen Fischen oder Schalentieren nicht systematisch in Berggebieten.

- Pflanzliche Erzeugnisse

Fünfundachtzig Prozent der untersuchten frischen und verarbeiteten pflanzlichen Erzeugnissen werden in Berggebieten hergestellt.

- Sonstige Erzeugnisse

In den meisten Fällen haben die Rohstoffe für Getränken eine gemischte Herkunft. Getreide, das für Feinkost verwendet wird, stammt überwiegend aus dem Flachland. Honig, bei dem besondere und traditionelle Wege der Wandertierhaltung spezifiziert werden, stammt nicht ausschließlich aus Berggebieten.

## **2/ Standort der Verarbeitungsanlagen**

57 von 87 Lebensmittelerzeugnissen (also 65%) werden vollständig innerhalb der einzelnen Berggebiete verarbeitet, während nur drei vollständig außerhalb von Berggebieten hergestellt werden.

⇒ Bei Käse, Fleisch und pflanzlichen Erzeugnissen ist definitiv wahrnehmbar, dass die Verarbeitung im Berggebiet selbst vorherrschend ist: Fast 85% der Käse verarbeitenden Industrie arbeitet ausschließlich in Berggebieten, und fast alle tierischen Erzeugnisse werden vollständig in Anlagen produziert, die sich in Berggebieten befinden.

⇒ Hingegen gibt es bei der Verarbeitung von Feinkost, Backwaren, Süßwaren und Alkohol entweder eher eine gemischte Situation (sowohl in als auch außerhalb von Berggebieten) oder diese erfolgt vollständig außerhalb von Berggebieten.

## **3/ Standort der gesamten Lieferkette (Herstellung und Verarbeitung)**

- 49 verarbeitete und 23 unverarbeitete Erzeugnisse (die 59% aller geprüften Erzeugnisse darstellen) werden vollständig in Berggebieten hergestellt und/oder ausschließlich dort verarbeitet.

- acht von 122 Erzeugnissen (d.h. 6% der repräsentativen Auswahl) werden vollständig außerhalb von Berggebieten hergestellt oder verarbeitet;

- siebzehn Erzeugnisse werden in mehreren verschiedenen Anlagen verarbeitet, von denen sich einige außerhalb von Berggebieten befinden;

- schließlich werden 38 Erzeugnisse aus Rohstoffen hergestellt, die in mehreren verschiedenen Bauernhöfen hergestellt werden, von denen sich nicht alle in Berggebieten befinden, oder sind Fleischerzeugnisse von Tieren, die nicht ausschließlich in Berggebieten gezüchtet werden (d.h., diese verbringen nicht ihre gesamte Lebenszeit in Berggebieten bzw. bleiben nur einen Teil des Jahres dort). Hierzu zählt unter anderem auch die Wandertierhaltung.

## **E – WIRTSCHAFTLICHE ASPEKTE**

Die Herstellung von unverarbeiteten Erzeugnissen findet größtenteils in kleinen Anlagen statt, die in Berggebieten liegen.

Die geografische Lage des Marktes und der geografische Mehrwert des Erzeugnisses variieren und hängen vor allem ab von der Marktordnung und den Vermarktungs- und Verkaufsstrategien, die für einzelne Erzeugnisse entwickelt werden. Hier existieren alle Formen der Organisation und Längen der Lieferkette.

## F- VERBRAUCHERSTUDIEN ZUM THEMA ERZEUGNISSE AUS BERGREGIONEN

Die Durchführung einer europaweiten Verbraucherumfrage war in diesem Projekt nicht vorgesehen. Dennoch wurde durch eine Kontaktaufnahme mit Verbraucherorganisationen in Europa über das BEUC (Europäisches Büro der Verbraucherunionen) versucht, bestehende nationale oder europäische Untersuchungen zu ermitteln, allerdings ohne Ergebnis: eine solche Erhebung scheint nicht zu existieren: Ein kurzer Fragebogen wurde anschließend an die BEUC-Mitglieder verteilt, jedoch hatte dies wenig Erfolg (was möglicherweise daran lag, dass die Kontaktaufnahme mit diesen Organisationen nur indirekt erfolgte, oder auch daran, dass kein Erinnerungsschreiben verschickt wurde). Die wenigen Rückmeldungen enthielten jedoch wertvolle Informationen. Antworten aus Österreich, Belgien und Ungarn ergaben, dass zunächst der Begriff „Berg“ geklärt werden müsse, der im Zusammenhang mit Lebensmittelerzeugnissen verwendet wird. Darüber hinaus wurde die Bereitschaft signalisiert, diesen Bereich vertiefend zu untersuchen, um die Menge der irreführenden Informationen für Verbraucher zu verringern.